



La España post-Sadam y su opinión pública

Javier Noya*

Tema Después de la crisis de Irak, en el terreno de la política exterior, ¿podrá reconciliarse el gobierno español con su opinión pública? No es tan fácil. En el análisis se explica por qué.

Resumen: A partir de los datos del Barómetro del Real Instituto Elcano se intenta mostrar que el rechazo de la opinión pública española se trata de un problema que no es superficial y que, lejos de desaparecer, probablemente va a mantenerse y reproducirse después de la guerra de Irak. Se apuntan tres motivos de por qué esto es así, que están relacionados con los tres argumentos que ha esgrimido el gobierno para justificar su postura, a saber: que España ha reforzado el diálogo transatlántico; que nuestro país está ahora donde debe estar, con las mejores democracias del mundo que luchan contra el terrorismo; y, finalmente, que es una potencia. En primer lugar, es la Unión Europea y no el diálogo transatlántico el área que los españoles consideran prioritaria. En segundo lugar, por el modelo social y no liberal de democracia que defienden los españoles, no se considera que EEUU sea una de las mejores democracias del mundo. Finalmente, la mayoría de los españoles ni creen que España sea una potencia, ni quieren serlo. Si no se tienen en cuenta estas resistencias mentales, en la opinión pública española se pueden volver a producirse situaciones como la de la guerra de Irak.

Análisis: Olvidémonos por un momento de si Saddam tenía o no armas de destrucción masiva, vínculos con el terrorismo internacional, etc. y centrémonos en las ventajas exclusivas para España del ataque a Irak. Si aceptamos la versión dada por el propio gobierno español, Aznar, un líder responsable y clarividente respecto al orden internacional, con su postura ante la cuestión iraquí ha aprovechado una “oportunidad” histórica. La España nacida tras la guerra de Irak es: 1) un país que se beneficia de una comunicación privilegiada en el *diálogo transatlántico*; 2) que está en el grupo selecto de las *mejores democracias del mundo*; y 3) que además *ha dado un paso decisivo para convertirse en una potencia*, un país que ha salido del rincón para hacerse respetar, y que, por lo tanto, ya no sólo es simpático, sino que también es serio.

Tan evidente como lo anterior es también que todo esto, si se ha conseguido, se ha hecho no ya sin, sino *en contra de*, la opinión pública. Se ha especulado mucho sobre las causas ideológicas de la distancia entre Aznar y su pueblo. Para unos, los orígenes están en un pacifismo más o menos sofisticado. Para otros, es producto de un antiamericanismo ingenuo. Otros, finalmente, hablan de inmadurez en general o de aislacionismo en particular. Las diferencias de percepciones y actitudes además se

* Javier Noya

Investigador principal, área de Imagen exterior de España y opinión pública
Real Instituto Elcano

habrían agrandado por una estrategia de comunicación, para algunos, a destiempo, para otros fallida o desafortunada, para los últimos, inexistente. Sea cual fuere el dictamen, en general se está de acuerdo en que con la guerra también acabó el problema de la opinión pública: muerto el perro (o al menos destronado), murió también la rabia.

Pues bien, frente a lo que pudiera parecer a primera vista, hay motivos para suponer que las discrepancias no obedecen a un desacuerdo ni puntual ni coyuntural. Un 91% de españoles en contra indican que hay un problema de fondo mayor que el de la guerra (máxime si consideramos que una mayoría significativa también pensaba que el régimen de Sadam Husein era una amenaza para otros países o una dictadura para sus propios súbditos).

Evidentemente, buena parte de esa oposición era una burbuja inflada por la temprana movilización de las élites culturales y políticas opuestas al ataque. Las respuestas al Barómetro de febrero del CIS indican que el 78% de los españoles seguía con interés las noticias sobre Irak y que un porcentaje similar se mostraba preocupado por este conflicto. Sin embargo, el Barómetro del Real Instituto Elcano (BRIE, abreviando en adelante) realizado ese mismo mes muestra que sólo el 38% sigue con algún interés las cuestiones internacionales en general. Por lo tanto, había en torno a un 40% de españoles "sobremovilizados" por la cuestión, en el sentido de que aunque en principio no les interesa la política internacional, sí les preocupaba la cuestión de Irak y la postura del gobierno español en particular. Este grado de sobremovilización explica el estado de efervescencia hasta cierto punto construida o artificial en una opinión pública que vive de espaldas al exterior. Consecuencia: según un sondeo reciente de *Ipsos-Eco Consulting/ABC* realizado entre el 22 y el 24 de abril, sólo el 17% de los españoles reconoce que la postura del gobierno ante el conflicto de Irak les hará cambiar su voto.

A pesar del diagnóstico anterior, es ilusorio esperar que esa burbuja simplemente se va a desinflar del todo una vez pasado el conflicto. La 'des-iraquización' o 'post-sadamización' de la opinión pública después de la guerra no significa sin más su 'aznarización' o convergencia automática con la visión estratégica del gobierno. Más bien hay motivos para suponer que éste ha sido simplemente el primer episodio de una ruptura entre el gobierno y la opinión pública que tiene un origen más profundo en una divergencia en la definición de los intereses de España, pero también, y sobre todo, en la diferencia entre la visión de Aznar sobre el papel de España en el mundo –con la consiguiente imagen exterior que trata de proyectarse– por un lado, y la autoimagen que tienen los españoles sobre España y su lugar en la escena internacional, por otro. Al menos, así se puede colegir de la lectura de los datos de las dos oleadas del Barómetro del Real Instituto Elcano que se han realizado a fecha de hoy.

La importancia del diálogo transatlántico

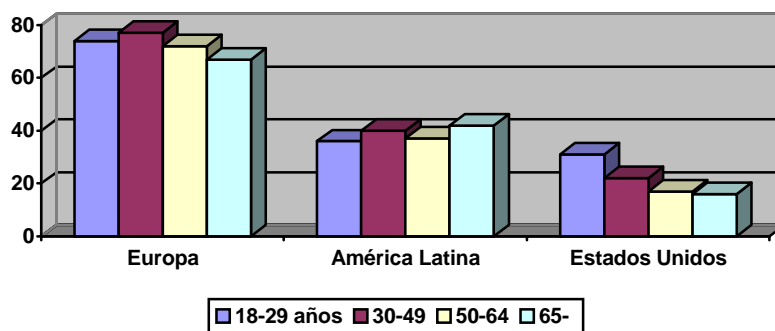
El primer BRIE (noviembre de 2002) recogía la opinión de la población acerca de la relación entre EEUU y Europa. El 62% de los entrevistados consideraba que Europa debería ser más independiente de Estados Unidos, frente al 28% que estimaba que la relación debería seguir siendo igual de estrecha. En comparación con los ciudadanos de otros países, los españoles se situaban a la cabeza del bando menos transatlántico y más europeísta. El porcentaje de españoles que propugna una postura europea más independiente de EEUU es del 62%, próximo al 60% en Francia o al 59% en Italia, y alejado del 51% de Alemania o del 47% del Reino Unido (resultados de una encuesta simultánea del Pew Global Attitudes Project).

Pero además, según los resultados del mismo BRIE, uno de cada tres ciudadanos españoles (el 62%) considera que el área geográfica o geopolítica que España debe tener más en cuenta en sus relaciones internacionales es Europa: si se tiene en cuenta la primera y segunda mención de los encuestados (pues en el BRIE se daba a elegir), este porcentaje se eleva al 73%. América Latina se sitúa en segundo lugar, con un 11% de las respuestas, al considerar sólo la primera opción, y un 39% al considerar ambas. Estados Unidos y las relaciones transatlánticas ocupan el tercer lugar en las preferencias estratégicas de los españoles, con un 20% de menciones totales –casi la mitad de las de América Latina–.

Los resultados del primer BRIE, por otra parte, vienen a ratificar los de otros muchos estudios realizados durante los años ochenta y noventa, como los del CIS, CIRES/ASEP, Eurobarómetros, o INCIPE. En definitiva, Europa es un elemento clave de la identidad colectiva de los españoles. A no ser que se produzcan situaciones traumáticas, como la que vivió EEUU con el 11-S, los intereses internacionales conformados en la opinión pública durante 25 años –o 100, si se me apura– no se pueden cambiar de un día para otro. Con todas sus implicaciones, ni siquiera la amenaza marroquí y la crisis de Perejil y el activo papel desempeñado por el gobierno norteamericano en la resolución del conflicto fue suficiente para alterar esta sólida identificación de los españoles con Europa.

¿Puede girar la opinión pública española hacia EEUU? A corto y medio plazo, sólo en la medida en que también lo haga la Unión Europea, algo que en un horizonte temporal inmediato sólo parece fácil si aumenta la influencia de los países de la nueva Europa de la ampliación. El balance final del proceso de ampliación no va a ser importante sólo en términos políticos y económicos, sino también en los identitarios, es decir, en lo relativo a la identidad europea y el diálogo transatlántico.

A largo plazo, independientemente de lo que pueda suceder en la UE, hay que destacar que en este punto en España se observa una clara división generacional de gran importancia cara al futuro. Según los resultados del primer BRIE, entre los más jóvenes y quienes están estudiando en la actualidad, aunque se reafirma la vocación europea de sus padres y abuelos, la orientación de la política exterior hacia Estados Unidos es significativamente mayor, de manera que es casi tan importante como la intensificación de la misma hacia América Latina.



Las mejores democracias del mundo

Desde luego, contarse entre las mejores democracias del mundo sería un buen motivo de apoyo. Con todo, puede que el modelo liberal de democracia estadounidense sea el ideal para el gobierno español, pero no para los españoles, que —es importante recordarlo— se consideran en su mayor parte de centro e incluso de centro-izquierda, y defienden, en consecuencia, un modelo social, con amplias cotas de responsabilidad del Estado en el bienestar de sus ciudadanos. Esto tiene profundas implicaciones para la valoración que hacen los españoles de la democracia norteamericana.

Según un barómetro del CIS de enero de 1997, a la pregunta de si EEUU era un país democrático o autoritario, sólo uno de cada dos españoles (el 53%) contestaba que era decididamente democrático. En segundo lugar, ante la disyuntiva de si EEUU era una nación de ciudadanos solidarios o individualistas, sólo uno de cada tres (30%), respondía que 'solidarios'. Finalmente, a la pregunta de si era de derechas o de izquierdas, prácticamente dos de cada tres encuestados (58%) coincidían en señalar que era de derechas.

Las cosas no han mejorado con el tiempo. Más recientemente, el segundo BRIE (febrero de 2003) arrojó el siguiente *ranking* de valoración de distintos aspectos de EEUU: 1º su ciencia y tecnología (66%); 2º su música, cine, TV (60%); 3º su democracia (31%); y 4º su economía (26%). Por lo tanto, el sistema político norteamericano no es precisamente el aspecto mejor valorado de EEUU. Pero España es en este sentido *muy europea*, pues el modelo de democracia estadounidense es poco admirado en una Europa en la que el Estado de bienestar, frente a lo que sucede en EEUU, es una institución esencial, que goza de una alta y extensa legitimación. De hecho, la democracia y la economía estadounidenses obtienen su mejor valoración en África, y la peor en Europa, que en esto se parecen a los países árabes. La diferencia entre estas dos últimas regiones es que en la primera se valora mejor la democracia que la economía, mientras que en la segunda es al revés.

	(1) DEMOCRACIA	(2) CULTURA	(3) ECONOMÍA	(4) CIENCIA
UE	44	67	32	71
Europa E.	50	58	48	63
P. árabes	37	38	43	64
América L.	45	62	47	78
Asia	54	49	49	81
África	67	64	62	85

NOTA

(1) % al que le gusta la idea de democracia de EEUU

(2) % al que le gusta su música, cine, TV

(3) % al que le gusta la empresa y la manera de hacer negocios en EEUU

(4) % que admira a EEUU por sus avances científicos y tecnológicos

FUENTE: *Pew Global Attitudes Project* y elaboración propia

Es importante señalar que no estamos ante unas actitudes que se puedan tachar fácilmente de burdo antiamericanismo, pues en los aspectos no políticos la valoración de EEUU es mucho mejor, especialmente entre los más jóvenes, el grupo más ambivalente: el más proamericano en lo cultural, y el más antiamericano en lo político-económico.

Si hay comunidad de valores en el “eje del bien” entre dos democracias liberales como el Reino Unido y EEUU, en muchos aspectos España no forma parte de ella. O, en otros términos, puede que sí lo haga en la dimensión formal o procedimental de la democracia, es decir, en aspectos como en el rechazo de la negación terrorista de las libertades fundamentales (vida, expresión, etc.), pero no en lo sustantivo, de los valores últimos de las instituciones y la cultura política. No olvidemos que la brecha transatlántica se abre a más aspectos que la política exterior.

El papel de España en el mundo

Un último tema es quizás el más importante como fuente de las resistencias que encontramos en la opinión pública. En el segundo BRIE (febrero de 2002) se pidió a los encuestados que valorasen el grado de influencia o poder que según ellos tenía España en el mundo. En una escala de 0 a 10 se le daba a España una puntuación de 4,3. Los españoles piensan que España no está entre “los grandes”. Su país es una potencia media en comparación con las grandes potencias, a las que en el primer Barómetro se les daba una puntuación de: 8,8 a EEUU; 6,6 a Alemania; 6,5 al Reino Unido; 6,2 a Francia; 6,1 a China; 5,9 a Rusia. En definitiva, EEUU sería el doble de poderoso que España, mientras que Rusia lo sería 1,5 veces más.

Pero en el mismo BRIE también se pidió a los entrevistados que comparasen España con otras potencias medias. El enunciado de la pregunta fue: “en comparación con los siguientes países ¿España es mucho menos, menos, igual, más o mucho más influyente?”

% horizontales	más	Igual	menos
Polonia	53	20	8
Corea del Sur	38	20	18
Brasil	35	25	18
Italia	12	48	24
Canadá	15	24	40

Los españoles considerábamos que teníamos más poder que Polonia, Brasil o Corea del Sur; el mismo que Italia; pero menos que Canadá.

Cabe concluir que los españoles hacemos una valoración bastante realista de nuestro peso en el mundo. No somos una gran potencia, como las del primer grupo. Somos una potencia media y, dentro de ellas, estaríamos a la cabeza.

La cuestión es si los españoles quieren algo más y, para ello, están dispuestos a poner los medios necesarios para mejorar su posición internacional. Al respecto, en el BRIE se preguntó: “teniendo en cuenta que la presencia de España en el mundo es cada vez mayor, ¿cree Vd. que los recursos materiales y humanos del Estado para la acción exterior son suficientes o no?”. Uno de cada dos entrevistado considera suficientes los recursos actuales. El 28% no responde. Sólo el 22% los considera insuficientes.

Aquí, de nuevo, es importante señalar las diferencias generacionales que pueden alterar este problema a largo plazo. Entre los jóvenes aumenta ligeramente la percepción del poder de España. Y la demanda de recursos también es mayor entre los jóvenes (25%) que entre los mayores (12%).

Pero en general, los españoles valoran de manera realista el peso de España en el mundo y, sin embargo, no creen necesario aumentarlo. No se desea invertir más en una mayor presencia internacional. Se diría que parecen sentirse cómodos en su condición de potencia media, sin mayores pretensiones.

Para cerrar este apartado hay que recordar un punto anterior, el relativo al diálogo transatlántico y las prioridades de la política exterior. Señalábamos que la prioridad dada a Europa sobre EEUU es incontrovertible. Pero ahora quizás lo más interesante es subrayar también la relativa debilidad de las preferencias por América Latina, cuando sabemos que es la plataforma de nuestra internacionalización económica y cultural y, por lo tanto, la principal base del poder (duro y blando) que pueda tener España en el mundo. Los españoles no se percatan de ello, probablemente porque no han desarrollado esa visión de una potencia media que aspira a ser grande, visión que parece tener su presidente de gobierno.

Conclusiones: A partir de los datos del Barómetro del Real Instituto Elcano se ha intentado mostrar que la distancia de la opinión pública *no es superficial, es de mayor calado; y que lejos de desaparecer, la situación probablemente va a prolongarse después de la guerra de Irak, y más cuanto mayores sean las responsabilidades de España en el nuevo orden.* La agenda política en los comicios municipales y autonómicos hará sin duda que lo internacional pase a un segundo plano, pero, a la larga, si el gobierno continúa basando su acción exterior sobre los tres argumentos tratados en este análisis, es muy probable que el conflicto vuelva a surgir tarde o temprano.

Un cuento infantil, el de Garbancito (hay distintas versiones, que se pueden consultar en (www.pequenet.com/cuentos), puede ilustrar el problema con el que se enfrenta Aznar. Garbancito pensó que era listo y que, aunque era pequeño, podía él solito sacar al caballo del establo... Pero se cayó en una enorme col. “¿Garbancito, dónde estás?”, se preguntaban sus papis. “Pachín, pachán, a garbancito no piséis”, cantaba Garbancito para que lo encontrasen a tiempo antes de que se lo comiese el buey de la granja. Al final, como todos sabemos, no fue devorado, pero tuvo que aprender la lección. Garbancito realmente era listo, pero no lo suficiente, porque olvidó que era pequeño y seguía necesitando a sus papis.

Precisamente por la misma ambición de su proyecto –acorde con la realidad de España, para unos, neoimperial, para otros– Aznar necesita a su opinión pública. En primer lugar, debe convencerla por cuestiones partidistas y electorales, o no tendrá garantizada la continuidad de su proyecto, que sólo puede llevarse a cabo a largo plazo y no a uno o dos años vista.

Pero Aznar necesita a su opinión pública por mucho más que por cuestiones electorales. Si vamos a presentarnos como un país “serio”, los españoles (no sólo los diplomáticos, sino también los empresarios, los periodistas, los artistas y, en general, los líderes de opinión, muchos de ellos con presencia en el exterior), que ahora en su mayoría no se identifican con el proyecto de su líder, tendrán que desarrollar esa conciencia de país ganador para poder vender esa imagen. Y para ello tendrán que estar o muy bien pagados, lo cual no parece viable, o, mejor, muy motivados, es decir, muy convencidos del proyecto.

Aznar parece haber optado por una estrategia pascaliana –compórtate como un país grande, y los españoles acabarán creyéndose que son grandes–. Pero es evidente que los españoles no acaban de creérselo. Aun suponiendo que, al margen de consideraciones legales y morales, Irak fuese una buena oportunidad política y no

hubiese habido tiempo material para convencer a la opinión pública, una vez pasado ese amargo trance, no se puede seguir de espaldas a ésta. Urge abrir en los medios el debate sobre cuál es el lugar que puede y debe ocupar España en el mundo. En contra de su proyecto, Aznar tiene los tres problemas que acabamos de analizar; a favor, en primer lugar, la bisonería y, por tanto, maleabilidad de una opinión pública que empieza a abrirse al exterior, y en segundo lugar, lo que se apunta como un importante cambio generacional en las prioridades de política exterior. *Hic Rodus, hic salta.*

Si nuestras viejas diatribas decimonónicas eran, como dice la canción de *Siniestro Total*, sobre de dónde venimos y quiénes somos –la disputa sobre el ser de los españoles- ahora por fin, después de 100 años, urge plantearnos quiénes queremos ser y a dónde queremos llegar –¿a dónde vamos?-. La autoimagen de España es una cuestión estratégica, al menos tanto como la imagen exterior que pretendemos dar.

Javier Noya

*Investigador principal, área de Imagen exterior de España y opinión pública
Real Instituto Elcano*